

2009-2012年中国有机食品 产业运行态势及投资前景咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国有机食品产业运行态势及投资前景咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200907/21509.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

第一章 有机食品产业相关概述

第一节 有机食品的介绍

- 一、有机食品的概念及种类
- 二、有机食品的产生及其背景
- 三、有机食品应该具备的条件
- 四、有机食品、绿色食品和无公害食品的不同点

第二节 中国有机食品相关介绍及发展意义

- 一、中国有机食品的发展历程
- 二、中国有机食品标志的含义
- 三、中国发展有机食品的意义

第二章 2008-2009年世界有机食品行业发展状况分析

第一节 2008-2009年世界有机食品行业发展概况

- 一、全球有机食品发展回顾
- 二、世界各大洲有机农业和有机食品发展状况分析
- 三、全球有机食品发展特点
- 四、世界有机食品市场消费快速增长

第二节 2008-2009年欧盟有机食品行业发展分析

- 一、欧盟有机食品生产及进口情况
- 二、欧盟部分产品的市场规模
- 三、欧盟有机食品的消费模式
- 四、欧盟有机食品发展存在的问题及对策

第三章 2008-2009年世界有机食品主要国家运行分析

第一节 2008-2009年德国有机食品行业分析

- 一、德国有机食品市场状况分析
- 二、德国有机食品销售分析
- 三、德国有机食品发展迅速的影响因素
- 四、德国有机食品市场存在的主要问题及原因分析

第二节 2008-2009年美国有机食品行业分析

- 一、美国有机食品市场正逐渐扩大
- 二、美国有机食品的消费热潮

三、美国有机包装食品呈供不应求局面

第三节2008-2009年英国有机食品行业分析

一、英国有机食品市场发展概况

二、英国有机食品和饮料销售额分析

三、金融危机对英国有机食品市场的影响

四、英国有机食品进口的有关规定介绍

第四节2008-2009年其他国家有机食品行业分析

一、澳大利亚有机食品出口销售情况良好

二、意大利有机食品市场销售情况浅析

三、有机果蔬日渐受到丹麦消费者的追捧

四、台湾消费者对有机食品信任问题分析

第四章 2008-2009年中国有机食品产业运行环境分析

第一节2008-2009年中国有机食品产业政策分析

一、有机食品政策标准概况

二、有机食品认证标准及要求

三、有机食品相关规范要求

四、有机茶行业标准情况

第二节2008-2009年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国经济受金融危机影响分析

三、工业发展形势分析

第三节2008-2009年中国有机食品产业社会环境分析

第五章 2008-2009年中国有机食品行业运行形势分析

第一节 2008-2009年中国有机食品市场状况分析

一、中国有机食品的经营情况

二、食品安全意识提升推动我国有机食品市场成长

三、中国有机食品终端市场简况

四、2007年我国规模最大的有机食品超市在津亮相

五、有机食品的推广措施

第二节 2008-2009年中国有机食品行业存在的问题与挑战

一、中国有机食品发展存在六大问题

二、大部分有机食品企业无法盈利原因分析

三、中国有机食品行业发展面临的挑战

四、中国有机食品产业期待鼓励性政策支持

五、有机食品产业发展中有机肥的安全质量问题

第三节 2008-2009年中国有机食品行业发展的策略

一、浅析中国有机食品行业发展战略

二、加快中国有机食品发展速度的几点措施

三、中国有机食品发展的具体建议

四、促进有机食品产业健康发展的建议

五、我国有机食品产业应走中国特色的发展道路

第六章 2008-2009年中国有机食品产业市场运行动态分析

第一节 2008-2009年中国有机食品消费情况分析

一、有机食品消费者浅析

二、中国有机食品超市消费状况

三、有机食品碰到环保难题中国消费群不超过3%

四、消费有机食品是否增加对生物污染物的暴露分析

五、制约有机食品销售的主要因素

第二节 2008-2009年中国有机食品出口情况分析

一、中国有机食品出口贸易的发展历程

二、中国有机食品出口欧洲应遵循的规定

三、中国有机食品出口存在的问题

四、中国有机食品出口大有潜力

第三节 2008-2009年中国有机食品营销策略分析

一、有机食品市场营销策略

二、有机食品营销要点解析

三、推动有机食品品牌流行的策略

第七章 2008-2009年中国有机食品主要产品分析——有机蔬菜

第一节 2008-2009年国际有机蔬菜行业发展状况分析

一、英国有机蔬菜市场形势逐步上升

二、美国纽约长岛的有机蔬菜农场产品生产及销售情况

三、日本有机蔬菜的产销模式分析

四、台湾有机蔬菜发展状况分析

第二节 2008-2009年中国有机蔬菜发展状况分析

一、中国发展有机蔬菜具有重要意义

二、中国有机蔬菜转攻国内市场

三、中国有机蔬菜出口国际市场潜力分析

第三节2008-2009年山东省有机蔬菜发展状况分析

一、山东沂南有机蔬菜取得创新发展

二、肥城有机蔬菜成为全国行业龙头

三、山东泰安市有机蔬菜发展迅速

第四节2008-2009年中国其他地区有机蔬菜发展状况分析

一、上海市民成有机蔬菜的消费主力军

二、渔农居有机食品配送中心为深圳提供全国有机食品

三、武汉有机蔬菜市场还需慢慢培养

四、“太白山”牌蔬菜成陕西省首家国际认证有机蔬菜

五、辽宁丹东有机蔬菜的发展状况

第五节2008-2009年中国有机蔬菜发展面临的问题及发展策略

一、有机蔬菜消费面临的难题

二、有机蔬菜期盼行业标准

三、发展有机蔬菜的对策分析

第八章 2008-2009年中国有机食品主要产品分析——有机茶

第一节 2008-2009年中国有机茶行业发展分析

一、国内外有机茶行业发展回顾

二、中国发展有机茶的有利条件

三、中国有机茶种植面积分析

四、中国厂商积极进入有机茶市场

五、中国有机茶认证的发展

第二节2008-2009年部分地区有机茶发展状况分析

一、欧盟市场有机茶一半多来自江西婺源

二、浙江有机茶行业发展迅速

三、湖南有机茶出口位居全国第一

四、湖北保康县有机茶打进欧盟市场

五、厦门有机茶经销商欲以“低价”争夺市场

六、广西省乐业县有机茶走向自动化生产

第三节2008-2009年中国部分茶企有机茶发展状况分析

一、北京“更香”有机茶叶异军突起原因分析

二、有机茶助湖南茶业公司打进国际市场

三、湖南茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析

四、福建京泰有机茶打入北京市场

第四节 2008-2009年中国有机茶发展中存在的问题及发展策略

一、有机茶行业发展存在的理解误区

二、中国有机茶市场必须打假

三、中国有机茶开发中急需解决的问题

四、中国有机茶行业可持续发展建议

五、有机茶产业化发展策略

第九章 2008-2009年中国有机食品主要产品分析——其他有机食品

第一节 有机水果

一、欧盟有机水果消费情况及预测

二、2008年中国有机水果俏销市场

三、广东高州有机水果发展剖析

第二节 有机大米

一、泰国已成世界最大的有机大米出口国

二、宜春成江西省绿色及有机大米主产区

三、2008年武汉首次自主生产有机大米

四、2008年底呼伦贝尔有机大米抢占年货市场

五、有机大米加工技术规程

第三节 有机奶制品

一、有机奶制品成英国奶制品行业发展最快的部分

二、丹麦有机奶制品市场已突显商机

三、三大国产有机奶品牌抢滩上海市场

四、内蒙古源真乳业打开中国有机奶消费新时代

第四节 有机水产品

一、世界有机水产品市场发展状况

二、中国有机水产品发展概况

三、2008年新疆博斯腾湖10种有机水产品获认证

四、2008年青岛成立首家有机水产品生产基地

五、千岛湖绿色有机水产品出口基地建设已取得显著成效

六、句容市已成为江苏省最大有机水产品基地

第十章 2008-2009年中国有机食品产业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国有机食品市场竞争现状分析

一、有机食品国际竞争力分析

二、有机食品品牌竞争分析

三、技术竞争分析

第二节 2008-2009年中国主要地区有机食品的发展分析

一、江西省

二、北京市

三、哈尔滨市

四、新疆自治区

五、其他地区有机食品发展状况

第三节 2008-2009年中国有机食品市场提升竞争力策略分析

第十一章 2008-2009年中国有机食品重点企业竞争性财务数据分析

第一节 陕西天人有机食品股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第二节 泰安泰山亚细亚食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第三节 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第四节 内蒙古北大荒有机食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第五节福建省闽中有机食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第六节泰安绿龙有机食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第七节辽宁绿色芳山有机食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第八节大连日华有机食品精选有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第九节内蒙古北大荒有机食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第十节荷商飞牛有机食品（大连）有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第十一节 略

第十二章 2009-2012年中国有机食品发展前景与趋势分析

第一节 2009-2012年国际有机食品发展前景及趋势

一、国际有机农业和有机食品发展新动向和趋势

二、有机食品将引航国际消费新时尚

三、全球有机食品市场有巨大发展潜力

第二节 2009-2012年中国有机食品发展展望分析

一、中国有机食品的发展前景分析

二、有机食品将成中国下一个朝阳产业

三、2009-2012年中国有机食品市场发展趋势

第三节 2009-2012年中国有机食品产业市场盈利预测分析

第十三章 2009-2012年中国有机食品产业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国有机食品产业投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融危机影响分析

第二节 2009-2012年中国有机食品产业投资机会分析

第三节 2009-2012年中国有机食品产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节 专家投资建议

图表名称：部分

图表 陕西天人有机食品股份有限公司盈利指标情况

图表 陕西天人有机食品股份有限公司资产运行指标状况

图表 陕西天人有机食品股份有限公司资产负债能力指标分析

图表 陕西天人有机食品股份有限公司盈利能力情况

图表 陕西天人有机食品股份有限公司销售收入情况

图表 陕西天人有机食品股份有限公司成本费用构成情况

图表 泰安泰山亚细亚食品有限公司盈利指标情况

图表 泰安泰山亚细亚食品有限公司资产运行指标状况

图表 泰安泰山亚细亚食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 泰安泰山亚细亚食品有限公司盈利能力情况

图表 泰安泰山亚细亚食品有限公司销售收入情况

图表 泰安泰山亚细亚食品有限公司成本费用构成情况

图表 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司盈利指标情况

图表 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司资产运行指标状况

图表 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司盈利能力情况

图表 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司销售收入情况

图表 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司成本费用构成情况

图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司盈利指标情况

图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司资产运行指标状况

图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司盈利能力情况

图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司销售收入情况

图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司成本费用构成情况

图表 福建省闽中有机食品有限公司盈利指标情况

图表 福建省闽中有机食品有限公司资产运行指标状况

图表 福建省闽中有机食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 福建省闽中有机食品有限公司盈利能力情况

图表 福建省闽中有机食品有限公司销售收入情况

图表 福建省闽中有机食品有限公司成本费用构成情况

图表 泰安绿龙有机食品有限公司盈利指标情况

图表 泰安绿龙有机食品有限公司资产运行指标状况

图表 泰安绿龙有机食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 泰安绿龙有机食品有限公司盈利能力情况

图表 泰安绿龙有机食品有限公司销售收入情况

图表 泰安绿龙有机食品有限公司成本费用构成情况

图表 辽宁绿色芳山有机食品有限公司盈利指标情况

图表 辽宁绿色芳山有机食品有限公司资产运行指标状况

图表 辽宁绿色芳山有机食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 辽宁绿色芳山有机食品有限公司盈利能力情况

图表 辽宁绿色芳山有机食品有限公司销售收入情况

图表 辽宁绿色芳山有机食品有限公司成本费用构成情况

图表 大连日华有机食品精选有限公司盈利指标情况
图表 大连日华有机食品精选有限公司资产运行指标状况
图表 大连日华有机食品精选有限公司资产负债能力指标分析
图表 大连日华有机食品精选有限公司盈利能力情况
图表 大连日华有机食品精选有限公司销售收入情况
图表 大连日华有机食品精选有限公司成本费用构成情况
图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司盈利指标情况
图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司资产运行指标状况
图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司资产负债能力指标分析
图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司盈利能力情况
图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司销售收入情况
图表 内蒙古北大荒有机食品有限公司成本费用构成情况
图表 荷商飞牛有机食品（大连）有限公司盈利指标情况
图表 荷商飞牛有机食品（大连）有限公司资产运行指标状况
图表 荷商飞牛有机食品（大连）有限公司资产负债能力指标分析
图表 荷商飞牛有机食品（大连）有限公司盈利能力情况
图表 荷商飞牛有机食品（大连）有限公司销售收入情况
图表 荷商飞牛有机食品（大连）有限公司成本费用构成情况
图表 2009-2012年中国有机食品发展展望分析
图表 2009-2012年中国有机食品市场发展趋势
图表 2009-2012年中国有机食品产业市场盈利预测分析
图表 略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/21509.html>